تحقیق در مورد حسایداری مدیریت کیفی: منطق، مشکلات و فرصت ها

آن لیلیس

دانشکده حسابداری و سیستم های اطلاعات کسب وکار

دانشگاه ملبورن، ملبورن، استرالیه

(2013)

چکیده

هدف – هدف این مقاله تفسیری بر " تحقیق در مورد حسایداری مدیریت کیفی: منطق، مشکلات و فرصت ها " یک مقاله از جوهانی وایویو است.

طراحی/متدولوژی/روش – روش کشیدن یک پارادایم تحقیق جایگزین برای گسترش تعریف و بحث در تحقیق کیفی در حسابداری مدیریت است.

یافته ها – این مقاله بر بسیاری از تجویزات وایویو صحه می گذارد اما تعریف و بحث در تحقیق کیفی در حسابداری مدیریت را برای شناخت کلی تر مرزهای نامشخص تحقیق میدانی و شمولیت بیشتر تحقیقات میدانی کیفی از یک دید مثبت/عملگرا گسترش می دهد. به صورت مشابه نیاز برای تحقیق میدانی برای به چالش کشیدن کتاب مرجع، اقتصاد و نمایش مشاوره ای حسابداری مدیریتی پذیرفته شده اما بازه کاتالیزگرها برای روشن کردن پتانسیل برای تحقیق کیفی ساخته شده بر تحقیق موجود کیفی و کمی گشترش داده شده است. این مقاله همچنین برای گسترش بحث خواص طراحی تحقیق قانونی و روشهای جمع آوری داده و برای تاکید بر اهمیت منطبق بودن طرح تحقیق با سوال تحقیق تلاش می کند.

اصلیت/ارزش – مقاله بر ارزش تکثرگرایی(پلورالیزم) و شمولیت در انتخاب های روش و روش شناسی تاکید می کند.

کلید واؤه ها: تحقیق کیفی، حسابداری مدیریتی

نوع مقاله: زاویه دید

این مقاله زاویه دید بر تحقیق کیفی را در حسابداری مدیریت بررسی شده در Vaivio (2008) مورد ارزیابی قرار می دهد. هر مقاله ای که ادعای صحبت در مورد منطق، مشکلات و فرصت های بدنه اصلی یک تحقیق در حسابداری مدیریت را انجام دهد یک تلاش بسیار جاهطلبانه است. وایویو بینشی را بر اساس تجربه و انعکاس ارای می دهد. این بینش ها راهنمای مهمی برای محققان کم تجربه در حال آغاز کار در تحقیق کیفی هستند. هرچند، وایویو یک معرفت شناسی(epistemology) خاص را در حوزه تحقیق کیفی ارایه می دهد و معرفت شناسی او در سراس مقاله نهان است. به عنوان یک محقق کیفی از یک موضع معرفت شناسانه دیگر، من نقاط مشترک بسیار اما همچنین مکان های زیادی که بحث می تواند برای جا دادن بازه وسیع تری از حوزه ها و روش های تحقیق گسترش یابد را یافتم. مهم است که حدود بحث را وسعت بخشیم برای جای دادن بیشتر ارزش تحقیق کیفی خوب در حسابداری مدیریت که از بازه ای از دیدهای معرفت شناسانه برمی خیزد. منطق، مشکلات و فرصت های تلاش های تحقیقی ملاحظات پایه ای برای محققان بی تجربه هستند. تعادل و شمولیت حیاتی است در اطمینان از اینکه محققان از بحث در مورد سوالات جالب و چالشی منصرف نشده اند.

وایویو تحقیق کیفی را تشریح می کند در حالی که در ارتباط است با:

[. . .] کل سنت تخقیق تفسیری در حسابداری، به خصوص تحقیق موردی که بر مواد غنی تجربی جمع شده از یک سازمان خاص هدف یا یک مجموعه از سازمان های موردی استوار است [. . .]. این روش از چندین منبع شواهد استفاده می کند [. . .] هم چنین انواع رصد های شرکت کنندگان در محیط تحقیق.

منطبق بر روشی که تحقیق کیفی جای دیگر تعریف شده است(Ahrens and Chapman, 2007) این نوع تعریف در خود ترجیح برای کابرد روش خاصی از تحقیق را منعکس می کند. جای دیگر در مجموعه مقالات، مرزهای عبارت مانند تحقیق کیفی/مطالعه میدانی و مطالعه موردی با هم اشتباه گرفته می شوند و تعاریف به هر نوع از تحقیق که در آن داده های اصلی طبیعت کیفی دارند اشاره می کند. تعاریف کیفی و تحقیق میدانی در حسابداری همچنین به صورت کلی برای اینکه از تحقیق انتظار داشته باشند تا با دنیای واقعی به گونه ای مرتبط باشد که حسابداری انتظار دارد پرجزییات هستند (Ferreira and Merchant, 1992; Atkinson and Shaffir, 1998) این تعریف وسیع تر از پیش تعریف نیازمندی ها در حول بنیاد معرفت شناسانه تلاش تحقیقی جلوگیری می کند(الزاما مفسرانه نیست)، تعداد "حالت ها" یا مکان های کانونی، فرم جمع آوری داده (مصاحبه در برابر رصد حاضران) و منابع مدارک استفاده شده. تمام تحقیقات کیفی توانایی گرفتن دسترسی کافی به سازمان ها را برای درگیر شدن در رصد حاضران ندارند. علاوه بر این آن ها قادر به جمع آوری چندین منبع داده که مرتبط با سوال مورد نظر آنها باشد را ندارند. این "شکستها" با ارزش تحقیق کیفی مصاحبه پایه خوب انجام شده سازش نمی کنند.

وایویو با پرسیدن این سوال شروع می کند: "چرا ما به تحقیق کیفی در حسابداری مدیریت نیازمندیم؟" او با ارجاع به محدودیت های تحمیل شده به وسیله کتب مرجع، علم اقتصاد و دیدهای مشاوره ای حسابداری مدیریت این سوال را پاسخ می دهد. او جستجو می کند که چگونه هر کدام از این "دیدهای" حسابداری مدیریتی نشان دهنده ی نمایش منظم، سترون(sterile)، ساده شده و ایده آل شده از عمل واقعی حسابداری مدیریت است و تحقیق کیفی را برای "مشکل دار کردن" این دیدها فرا می خواند. وایویو یک تحلیل تحریک آمیز از کتاب مرجع، علم اقتصاد و نمایش مشاوره ای حسابداری مدیریت ارایه می دهد. او به صورت قانع کننده ای در مورد نمایش به شیوه غیر یاری دهنده سترون از عملیات حسابداری مدیریت و سیاق سازمانی آن بدبین است. بعضی از ما که مطالعه میدانی را انجام می دهند به سرعت می آموزند که چقدر حقیقت سازمانی مطابقت کمی با نمایش به خوبی برنامه ریزی شده، ساختاریافته، منطقی و بهینه سازی شده کتب مرجع و زیر ساختهای علم اقتصاد دارد. ما مکررا می بینیم(یا باید انتظار داشته باشیم که ببینیم) عناصر کتاب مرجع حسابداری مدیریت و اقتصاد هردو در عمل در سازمان ها وجود دارند. هرچند ما بدون تفاوت، در مورد سیاق این عملیات ها با درگیر شدن در میدان عمل بیشتر یاد می گیریم و دانشجویان، همکاران و متخصصان ما احتمالا از تلاش ما برای مستند کردن مسیری که حقیقت سازمانی با تجویزات ایده آل شده ی کتب مرجع حسابداری و اقتصاد تعامل دارند سود می برند. وایویو پیشنهاد می دهد که ما از نمایش اقتصادی سیاق سازمانی حسابداری دست برداریم. علم اقتصاد یک نظم اساسی کلیدی حسابداری باقی می ماند. آن احتمالا برای تحقیق کیفی اعتبار با سیاقمند سازی(contextualizing) مفیدتر از رها کردن نمایش اقتصادی سازمان ها است. همچنین صحیح نیست که مطالعات کیفی می توانند تمام اعتبار حسابداری مدیریتی سیاقمند سازی را بگیرند. بسیاری از تحقیقات با کیفیت بالا و بر اساس بررسی در تئوری احتمالات به درک سیاقی ما از حسابداری مدیریتی بسیار کمک کرده اند.

من همچنین با وایویو در مورد اینکه تحقیق کیفی نقش مهمی در آزمون منتقدانه تجویزهای هنجاری و بلاغت که در دید مشاورانه حسابداری پیچیده شده است دارد. من احتمال می دهم که بسیاری از ما با سطوح بالایی از ناامیدی در هنگام تلاش برای به کارگیری تجویز مشاورانه در سازمان های واقعی روبه رو شده باشیم. این تلاش ها نمایش دهنده ی پوچی بلاغی بیشتر مقالاتی است که از مشاوره سرچشمه گرفته است. تاثیر "دید مشاورانه" حسابداری مدیریتی در دو دهه گذشته بسیار چشمگیر بوده است. نیاز برای اینکه محققان این بلاغت را برای تحلیل منتقدانه نیرومند نشان دهند بسیار شدید است و تحقیق کیفی یک نقش واقعا کلیدی را در اینجا دارد.

بنابراین من موارد کمی را در مخالفت با بحث وایویو در این دیدهای محدود از حسابداری یافتم. هرچند من باور دارم که می توانم در دو مورد بر موارد مورد نظر وایویو بیافزایم. در ابتدا برای اشاره به کتاب مرجع، علم اقتصاد و دید مشاورانه از حسابداری، وایویو آشکارا برای "مسئله سازی کردن" (problematize) حسابداری می کوشد. در حالی که استفاده از تئوری اجتماعی مفسرانه برای مسئله سازی کردن عمل حسابداری یک کمک کلیدی تحقیق کیفی است، به هیچ وجه تنها کمک ممکن تحقیق میدانی در این حیطه نیست. در حقیقت برای محققان باور به اینکه بهترین چیزی که آن ها می توانند با رفتن به میدان به دست بیاورند این است که عمل حسابداری را مسئله سازی کنند می توانند بسیار مخرب روحیه باشد. وایویو